

## การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

### ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการหลัก

บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) เป็นทั้งโรงพิมพ์และสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ ประกอบด้วยธุรกิจ 3 สายงาน คือ

#### **1. รับจ้างพิมพ์งานทั่วไป (สายธุรกิจโรงพิมพ์)**

บริษัทฯ ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ทุกชนิด ตั้งแต่ หนังสือเล่มปกแข็ง ปกอ่อน วารสาร นิตยสาร แผ่นพับ โปสเตอร์โฆษณา โบว์ชัวร์ แคตตาล็อก รายงานประจำปี ปฏิทิน ฯลฯ ให้บริการตั้งแต่ออกแบบคอนเซ็ปต์ ถ่ายภาพ แยกสี ทำแม่พิมพ์ พิมพ์งาน เข้าเล่ม ทำปก ไปจนถึงแพคเกจจิ้ง อันหรรษาตรงตามครบวงจร ด้วยบริการอันประทับใจในทุกระดับ ทุกกระบวนการผลิตใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีที่ทันสมัย บุคลากรเป็นผู้ชำนาญการเป็นมืออาชีพที่มีความมุ่งมั่นใส่ใจในงานทุกชิ้น เพื่อผลิตงานพิมพ์ที่มีคุณภาพสูงที่สุด สำหรับลูกค้าที่มีทั้งในประเทศและลูกค้าต่างประเทศ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดให้มีหน่วยงานธุรกิจรับจ้างผลิตงาน (Amarin Publishing Services) ตั้งแต่เขียนเรื่องและสร้างเนื้อหาสาระให้กับลูกค้าโดยเฉพาะ โดยใช้ฐานข้อมูลจากธุรกิจสำนักพิมพ์อันแข็งแกร่งของบริษัทฯ อันได้แก่นักเขียน Content warehouse และ Photo Stock ที่ทีมงานได้รับการมอบหมายให้ทำงานสร้างสรรค์ สิ่งพิมพ์คุณภาพสูงที่มีคอนเซ็ปต์พิเศษแตกต่างไปจากงานพิมพ์ทั่วไป (Customized) ที่เป็นทั้งบุคคลและหน่วยงานต่างๆ เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) และความแปลกแตกต่าง ให้กับงานพิมพ์และเป็นการต่อยอดทางธุรกิจซึ่งมีศักยภาพในการขยายตลาดใหม่ๆ ออกไปได้อีกอย่างกว้างขวาง ด้วยประสบการณ์ความชำนาญสูง

#### **1.1 ลักษณะลูกค้า**

กลุ่มลูกค้าของงานรับจ้างพิมพ์ทั่วไปของบริษัทฯ มีหลากหลายมากมาย โดยสามารถจะแยกเป็นกลุ่มๆ ได้ดังนี้

- 1.1.1 งานพิมพ์ในพระราชสำนัก
- 1.1.2 หน่วยงานราชการ, รัฐวิสาหกิจ
- 1.1.3 กลุ่มธนาคารและสถาบันการเงินต่างๆ
- 1.1.4 กลุ่มมูลนิธิต่างๆ ศาสนาต่างๆ สมาคมต่างๆ
- 1.1.5 กลุ่มบริษัทเอกชน นิติบุคคล อุตสาหกรรมชั้นนำ
- 1.1.6 กลุ่มนักวิชาการ อาจารย์ ศิลปิน และบุคคลทั่วไป
- 1.1.7 กลุ่มสถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัย โรงเรียน
- 1.1.8 กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ

#### **1.2 ลักษณะรายได้**

โครงสร้างรายได้งานรับจ้างพิมพ์ เป็นรายได้ที่รวมค่าบริการออกแบบ, ทำรูปเล่ม, จัดพิมพ์และค่าวัสดุในการจัดพิมพ์เหมารวมเป็นยอดเดียวกัน แบ่งเป็นรายได้งานพิมพ์ภายในประเทศร้อยละ 99 ของยอดรวมรายได้รับจ้างพิมพ์ ที่เหลือร้อยละ 1 เป็นงานพิมพ์ต่างประเทศ

#### **2. ผลิตสิ่งพิมพ์สำนักพิมพ์ (สายธุรกิจสำนักพิมพ์)**

จากการที่บริษัทสังขมประสบการณ์ธุรกิจสำนักพิมพ์เป็นเวลานาน และมุ่งเน้นที่จะพัฒนาการผลิตนิตยสารและหนังสือเล่มในแนวต่าง ๆ เพื่อตอบสนองของกลุ่มผู้อ่านซึ่งมีความต้องการแตกต่างกันออกไป จนเป็นที่ยอมรับจากผู้อ่านอย่างกว้างขวาง มีกองบรรณาธิการขนาดใหญ่ที่ผลิตนิตยสารชั้นนำ และหนังสือเล่ม แบ่งตามประเภทสิ่งพิมพ์แต่ละชนิด ดังนี้

## **สิ่งพิมพ์ในรูปแบบนิตยสาร**

ณ เดือนธันวาคม 2553 บริษัทผลิตนิตยสารออกจำหน่ายจำนวน 13 เล่ม ทั้งรายปักษ์ รายเดือน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่านที่มีรสนิยมหลากหลาย และกล่าวได้ว่านิตยสารของบริษัทมียอดขายสูงสุดเมื่อเทียบกับนิตยสารประเภทเดียวกัน และเป็นนิตยสารชั้นนำของประเทศทุกฉบับ ได้แก่นิตยสารดังต่อไปนี้

### **นิตยสารบ้านและสวน “นิตยสารเพื่อคนรักบ้าน ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศไทย”**

นิตยสารฉบับแรกของบริษัทที่ดำเนินงานเข้าสู่ปีที่ 35 โดยมุ่งเน้นที่จะนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับการตกแต่งบ้าน การจัดสวน เกร็ดความรู้เกี่ยวกับบ้าน รวมถึงเทรนด์การออกแบบ สถาปัตยกรรม งานศิลปะ ไลฟ์สไตล์ และผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีกลุ่มผู้อ่านที่ครอบคลุมช่วงวัยทำงาน ผู้ที่มีงบหาบ้านเพื่อสร้างครอบครัวใหม่ หรือผู้ที่ต้องการต่อเติม และตกแต่งบ้าน เป็นนิตยสารเกี่ยวกับบ้านและสวนที่มียอดพิมพ์ต่อบัญชีสูงสุดในประเทศ และนับได้ว่าเป็นนิตยสารหมวดตกแต่งบ้านที่ขายดีที่สุดของประเทศไทย วางตลาดทุกวันที่ 7 ของเดือน ราคาหน้าปก 100 บาท

### **นิตยสารแพรว “Modern & Luxury Style Magazine”**

นิตยสารรายปักษ์สำหรับสาวยุคใหม่วัยทำงานที่ทันสมัย เป็นนิตยสารที่สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้หญิงในทุกด้าน มีเนื้อหาสาระและความบันเทิงครบครันตั้งแต่แฟชั่น ความงาม สุขภาพ ไลฟ์สไตล์ ข่าวคราวความเคลื่อนไหวในสังคม บทสัมภาษณ์บุคคลที่น่าสนใจ และเรื่องราวต่างๆ ที่ผู้หญิงควรรู้ โดยในปีที่ผ่านมา นิตยสารแพรวได้มีการปรับโฉมใหม่ให้ทันสมัยและน่าอ่านยิ่งขึ้น นิตยสาร “แพรว” ออกวางตลาดทุกวันที่ 10 และ 25 ของเดือน ราคาหน้าปก 90 บาท

### **นิตยสารสุดสัปดาห์ “นิตยสารสำหรับผู้หญิงรุ่นใหม่ทีโดดเด่นในเรื่อง Update : Fashion, Beauty, People, Place”**

นิตยสารรายปักษ์ที่มุ่งนำเสนอเนื้อหาเพื่อตอบโจทย์ของคนทันสมัย หยิบเรื่องเด่นประเด็นฮอตจากทุกแวดวงสังคม แฟชั่น ความงาม ทั้งในประเทศและนอกประเทศมาอัพเดทให้คุณรู้ก่อนใคร ขณะเดียวกันก็ไม่ทิ้งเรื่องของ Social Life และ Personal Life ทั้งการงาน สุขภาพ ความรัก อยู่คู่สาวมาทุกยุคทุกสมัย ก้าวเข้าสู่ปีที่ 29 พร้อมเพิ่มจำนวนหน้าและคอลัมน์ใหม่ๆ ใจกว้างกว่าเดิม วางตลาดทุกวันที่ 1 และ 16 ของเดือน ราคาหน้าปก 80 บาท

### **นิตยสารชีวจิต “ทางเลือกใหม่เพื่อสุขภาพ ป่วยก็ต้องอ่าน ไม่ป่วยก็ต้องอ่าน”**

นิตยสารสุขภาพรายปักษ์ที่มียอดจำหน่ายสูงสุด ให้ความรู้เรื่องสุขภาพ การดูแลสุขภาพ การออกกำลังกาย และการเลือกรับประทานอาหารที่เป็นประโยชน์ เพื่อป้องกันและฟื้นฟูอาการเจ็บป่วย ตลอดจนการดูแลสุขภาพแม้ในยามที่ไม่เจ็บป่วย โดยยึดหลักการแพทย์แบบผสมผสานองค์รวม (Holistic) ผ่านการนำเสนอข้อมูลที่เข้าใจง่าย สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน บุคลิกของหนังสือที่ดูทันสมัย มีชีวิตชีวา ตั้งอยู่บนพื้นฐานที่เป็นธรรมชาติ เพื่อความเป็นเลิศของสุขภาพกายและใจ นิตยสาร “ชีวจิต” เป็นนิตยสารสุขภาพที่มียอดพิมพ์สูงสุดในประเทศไทย วางตลาดทุกวันที่ 1 และ 16 ของเดือน ราคาหน้าปก 55 บาท

### **นิตยสาร Health & Cuisine “นิตยสารที่สร้างแรงบันดาลใจให้คนรักการทำอาหาร”**

นิตยสารรายเดือนที่ให้ความรู้เรื่องอาหารเพื่อสุขภาพ สูตรอาหารและวัตถุดิบที่คัดสรรมาเพื่อผู้อ่านโดยเฉพาะ ตลอดจนเรื่องราวสุขภาพความงามเพื่อผู้หญิงยุคใหม่ “Inspiration for Healthy Living” ตอบสนองวิถีชีวิตทันสมัย ที่มุ่งเน้นการดูแลสุขภาพ นับตั้งแต่เรื่องของอาหารการกินไปจนถึงเรื่องของสุขภาพ ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถทำได้ง่าย เป็นอีกหนึ่งทางเลือกสำหรับผู้ต้องการแสวงหาสิ่งดีๆ ให้กับชีวิต วางแผงทุกวันที่ 5 ของเดือน ราคาหน้าปก 90 บาท

### **นิตยสาร National Geographic ฉบับภาษาไทย “พาคุณเปิดประสบการณ์ที่น่าอัศจรรย์ผ่านสุดยอดสารคดี และสุดยอดภาพถ่าย”**

นิตยสารรายเดือนที่พาผู้อ่านก้าวสู่โลกกว้างกับการเรียนรู้สิ่งต่างๆรอบตัว ด้วยเรื่องราวที่น่าสนใจเกี่ยวกับอารยธรรม วิถีชีวิต ธรรมชาติ และสิ่งมีชีวิตทั่วทุกมุมโลก ด้วยการนำเสนอเนื้อหาแบบเจาะลึกในวิทยาการด้านต่างๆ อาทิ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ธรรมชาติวิทยา ศิลปวัฒนธรรม โบราณคดี และอารยธรรมอันทรงคุณค่า จึงเป็น “นิตยสารที่เปรียบเสมือนคลังความรู้ของทุกคนในครอบครัว” วางตลาดทุกวันที่ 4 ของเดือน ราคาหน้าปก 120 บาท

#### **นิตยสาร room “คู่มือเพื่อความสนุกในการตกแต่งทุกพื้นที่การใช้ชีวิตของคุณ”**

นิตยสารรายเดือนที่เปรียบเสมือนดีไซเนอร์ผู้รู้ใจเรื่องการตกแต่งนำเสนอข้อมูลที่เข้ากับไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ ที่ทันสมัย มีสไตล์โดดเด่นในเรื่องของดีไซน์ที่สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้อ่าน นำเสนอสิ่งที่เป็นจริงและสัมผัสได้ พร้อมภาพประกอบสวยสดในมุมมองที่แตกต่าง นิตยสาร “room” จึงทำให้อ่านสนุกกับการใช้ชีวิตในทุกพื้นที่ ภายใต้คอนเซ็ปต์ Ideas for Practical Living วางตลาดทุกวันที่ 1 ของเดือน ราคาหน้าปก 90 บาท

#### **นิตยสาร We “นิตยสารสำหรับผู้ที่มีความรักในหัวใจ”**

นิตยสารรายเดือนที่จะช่วยให้วันแต่งงานของคุณสมบูรณ์แบบและน่าจดจำ ด้วยการนำเสนอไอเดียงานแต่งงานเก๋ๆ พร้อมทั้งวิธีเตรียมตัวสำหรับคุณเจ้าสาว ให้คำแนะนำในเรื่องเกี่ยวกับความรักและการดูแลความสัมพันธ์ให้ดำเนินไปอย่างมีความสุข ภายใต้แนวคิด Love, Wedding and Living Together นิตยสาร “We” วางตลาดทุกวันที่ 5 ของเดือน ราคาหน้าปก 120 บาท

#### **นิตยสาร Real Parenting “คู่มือแท้จริงเพื่อชีวิตสมดุของพ่อแม่ยุคใหม่ ที่มีลูกวัย 0-12ปี”**

นิตยสารแม่และเด็กเล่มแรกในเครืออมรินทร์ ที่เป็นเสมือนคู่มือการเลี้ยงลูกของพ่อแม่ยุคใหม่ที่มีลูกวัย 0-12 ปี นำเสนอข้อมูลความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเลี้ยงลูกในแต่ละช่วงวัย ตั้งแต่ในครรภ์ ถึง 12 ปี ผ่านคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และจากประสบการณ์จริงของคุณแม่ ช่วยให้ลูกเติบโตได้อย่างสมบูรณ์แบบรอบด้าน ทั้งในเรื่องสุขภาพ ความสำเร็จ พัฒนาการและการเรียนรู้ รวมทั้งเรื่องการดูแลตนเองของคุณแม่ และสัมพันธภาพของครอบครัว เพื่อชีวิตสมดุของพ่อแม่ยุคใหม่ นิตยสาร “Real Parenting” วางตลาดทุกวันที่ 25 ของเดือน ราคาหน้าปก 85 บาท

#### **นิตยสาร Shape “The no.1 women’s guide to beauty & health”**

นิตยสารรายเดือนประเภท Active Lifestyle สำหรับผู้หญิงยุคใหม่ นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพและความงามครอบคลุมในทุกๆด้าน เช่น การดูแลรูปร่าง ความงาม การออกกำลังกาย และการเลือกรับประทานอาหารที่ทำให้คุณผู้หญิงดูดีได้ และสร้างสรรคแรงบันดาลใจให้ผู้หญิงยุคใหม่ลุกขึ้นมาเปลี่ยนแปลงตนเองเพื่อเปิดรับโอกาสดีๆในชีวิตที่กำลังเข้ามา นิตยสาร “Shape” วางตลาดทุกวันที่ 25 ของเดือน ราคาหน้าปก 90 บาท

#### **นิตยสาร InStyle “Fashion, Beauty, Celebrity, Lifestyle”**

นิตยสารรายเดือนสำหรับผู้หญิงที่นำเสนอความมีสไตล์ของชีวิตรอบด้าน อัปเดตเรื่องราวพร้อมนำเสนอเนื้อหาที่โดดเด่นและแตกต่าง ทั้งแฟชั่น ความงาม และไลฟ์สไตล์ของเหล่าคนดัง ก้าวเป็น 1 ในนิตยสารที่ประสบความสำเร็จสูงสุดในปัจจุบัน โดดเด่นในการนำเสนอเนื้อหาด้านแฟชั่นที่ทันสมัย นำเสนอแบบ Mix & Match ที่นำมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ ช่วยให้คุณเป็นผู้หญิงที่ดูโดดเด่นอย่างมีสไตล์จนทุกคนต้องเหลียวมอง นิตยสาร “InStyle” วางตลาดทุกต้นเดือน ราคาหน้าปก 90 บาท

#### **นิตยสาร Secret “เคล็ดลับสู่ความสุขและความสำเร็จ”**

นิตยสารรายปักษ์แนวสุขภาพใจที่สร้างแรงบันดาลใจในการดำเนินชีวิต เป็นหลักให้แก่ชีวิต เป็นที่พึ่งทางใจ ด้วยการนำเสนอแง่คิดดีๆจากหลากหลายบุคคล ผ่านเนื้อหาที่เข้าใจง่าย อ่านสนุก ให้แง่คิด เคล็ดลับ และแนวทางปฏิบัติเพื่อ

นำไปสู่ความสุขและความสำเร็จในชีวิต นิตยสาร “Secret” วางตลาดทุกวันที่ 10 และวันที่ 26 ของเดือน ราคาหน้าปก 55 บาท

### **นิตยสาร My Home “แต่งบ้านสวย ด้วยตัวคุณเอง ในราคาที่คุณทำได้”**

นิตยสารที่นำเสนอไอเดียเกี่ยวกับการออกแบบตกแต่งบ้านและสวนโดดเด่นด้วยการนำเสนอ เปรียบเทียบวัสดุ และสินค้าหลากหลายรูปแบบ หลายราคา นานาแหล่งซื้อ เพื่อให้ได้เลือกสรรสิ่งที่ดี เหมาะที่สุดในการตกแต่งบ้านให้สวยงาม มีสไตล์ และไม่เปลืองสตางค์ในกระเป๋า วางตลาดล่วงหน้าทุกวันที่ 20 ของเดือน ราคาหน้าปก 65 บาท

### **สิ่งพิมพ์ในรูปแบบหนังสือเล่ม**

ด้วยการใส่ใจและให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้อ่าน บริษัทฯ ได้จัดตั้งสำนักพิมพ์คุณภาพในเครืออมรินทร์ให้กิจการหนังสือเล่มเติบโตควบคู่ไปกับการทำนิตยสาร เริ่มต้นด้วย “แพรวสำนักพิมพ์” ผลิตหนังสือเล่มประเภทวรรณกรรม เรื่องสั้น และบทกวีในปี 2535

ปัจจุบันบริษัทฯ ได้ขยายกองบรรณาธิการเพื่อผลิตหนังสือให้ครอบคลุมความต้องการของผู้อ่านถึง 14 สำนักพิมพ์ ซึ่งผลิตหนังสือครอบคลุมหลากหลายหมวดหมู่ ตั้งแต่หนังสือสร้างเสริมจินตนาการสำหรับเด็ก ไปจนถึงเรื่องราวเกี่ยวกับสุขภาพ อาหาร การตกแต่งบ้านและสวน และอีกมากมาย เพื่อตอบสนองความต้องการของนักอ่านทุกเพศทุกวัย โดยยึดหลัก “คุณภาพ” เป็นหัวใจสำคัญ

### **แพรวสำนักพิมพ์**

สำนักพิมพ์นำเสนอหนังสือที่มีเนื้อหาครอบคลุมทั้งวรรณกรรมไทย วรรณกรรมแปล เรื่องสั้น บทกวี นวนิยาย สารคดี บทความ และสาระบันเทิง โดยมุ่งหวังให้เกิดการคิด การเขียน และการอ่านอันเปรียบเสมือนรากฐานที่สำคัญที่จะสร้างจิตสำนึกให้กับสังคม เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ ตลาดสดสนามเป้า, ฝนกล้วยให้เป็นเข็ม, ความสุขของกะทิ ตอน ในโลกใบเล็ก, ถึงฉันไม่มีวันได้กลับมาอีกขอให้เธอหลับฝันดี, สิ่งที่คุณพบระหว่างนั่งเฉยเฉย, สุขนอกสูตร, สาส์นลับที่สาบสูญ, เคาสนรตติกาล, ยามอง

### **แพรวสำนักพิมพ์ หมวดท่องเที่ยวโลก**

สำนักพิมพ์ผลิตหนังสือคู่มือท่องเที่ยวที่มีทั้งสาระและความบันเทิง เพื่อเพิ่มประสบการณ์ในการเรียนรู้ เป็นแรงบันดาลใจในการท่องเที่ยว รวมถึงนำเสนอเรื่องราวที่น่าประทับใจระหว่างการเดินทาง โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ 20 Romantic Resorts, เลาะเมดิเตอร์เรเนียน, กินจัง เที่ยวตะ ณ ฮอกไกโด, ชุด GO : เชียงใหม่, เชียงคาน, น่าน, เชียงตุง และโอบไหล..ได้วัน

### **สำนักพิมพ์อรุณ**

สำนักพิมพ์ผู้นำในการผลิตนวนิยายคุณภาพโดยนักเขียนระดับแนวหน้า ปกที่ติดอันดับขายดี เช่น คุณท่าน, ลำน้ในลมหนาว, จักรพรรดิแห่งดวงดาว, Desperado อาชญากรยอรัก, เริงตะวัน

### **สำนักพิมพ์อรุณ หมวดอุ้งไอรัก**

หมวดหนังสือล่าสุดที่ได้ขยายฐานกลุ่มเป้าหมายได้คอนเซ็ปต์ “เรื่องรักอบอุ่นที่จะเติมความหวานละมุนให้หัวใจ” พร้อมวางตลาดหนังสือนวนิยายซีรีส์แรกๆ ที่ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากวัยรุ่น โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ Tokyo So Sweet หัวใจไกลบ้าน, Waiting for You ฝากรักลอยลม, คีร์รัก อาณาจักรหัวใจ, บาตาลรัก, หอมกลิ่นโบตั๋น

### **สำนักพิมพ์อมรินทร์**

สำนักพิมพ์เน้นการผลิตหนังสือแนวสาระความรู้ด้านประวัติศาสตร์ สังคมและวัฒนธรรม ที่ให้ข้อมูลถูกต้อง น่าเชื่อถือ สามารถนำไปอ้างอิงได้ โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ พุทธศิลป์พิเศษ พระเครื่องพระบูชาองค์เอกแห่งสยาม

ประเทศ, องค์ประกอบของศิลปะ, สันทนาภาษาเกาหลี, "ทอง" ความรุ่งโรจน์เรื่องรองของกรุงศรีอยุธยา, มหัทศจรยแห่งการอ่าน (ฉบับปรับปรุง)

### **สำนักพิมพ์อมรินทร์ How to**

สำนักพิมพ์ผลิตหนังสือครอบคลุมหมวดต่างๆ ทั้งจิตวิทยาการพัฒนาศาสนา การงาน การเงิน และบริหารธุรกิจ ผ่านการกลั่นกรองเนื้อหา เพื่อความเข้าใจง่าย และนำไปปฏิบัติได้จริง โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ The Secret สุดยอดคนรุ่นใหม่, รู้แล้วรวยโคตร, ขโมยสมองไอส์ไตน์, ความสุขไม่ได้หาย แค่หาให้เจอ, เรียน 9 ได้ 10 เก่งอังกฤษขั้นเทพ, รวยเงิน รวยสุข, คู่มือการใช้ชีวิตในอเมริกา, ความสำเร็จ ไม่มีสูตรสำเร็จ, มองด้วยใจ

### **สำนักพิมพ์อมรินทร์ธรรมะ**

สำนักพิมพ์มุ่งเน้นในการนำเสนอหนังสือธรรมะที่เข้าใจง่าย จรรโลงคุณธรรมอันดีงามแก่สังคม รวมถึงหนังสือธรรมะเชิงปฏิบัติสำหรับคนรุ่นใหม่ โดยนักเขียนคุณภาพ ปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ ไอส์ไตน์พบพระพุทธรูปเจ้าเห็น 2, คู่มือแสวงพรสวรรค์, มีความสุขให้ลูกเห็น เป็นคนดีให้ลูกดู, รู้เท่าทันกรรม ชีวิตเป็นสุข, ชุดธรรมะตั๋ยม้า 1 - 3 สูตรเด็ดสู่ความเป็นเลิศ, สูตรลับดับความร้อน และ สูตรสำเร็จของชีวิต, วัฏฏะ ชีวิตรุ่ง, โชคดีที่ฉันรู้, ได้...ถ้าใจถึง, ดีใจที่ได้ทราบ และง่ายๆ สไตล์เซน

### **สำนักพิมพ์อมรินทร์สุขภาพ**

สำนักพิมพ์มุ่งเน้นสาระความรู้ด้านสุขภาพทั้งกายและใจ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับตัวเองได้ โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ วิตามินไบเบิล, ลดน้ำหนักด้วยน้ำผักและน้ำเต้าหู้, โยคะหน้าเด็ก, จีนบำบัด, รักษาปวดหลังให้หายขาด, 100 เคล็ดลับ ทำคุณผอม, คัมภีร์เลี้ยงลูก

### **สำนักพิมพ์อมรินทร์ Cuisine**

สำนักพิมพ์มุ่งผลิตและนำเสนอหนังสืออาหารเพื่อสุขภาพ ครอบคลุมหลากหลายประเภท ทั้งอาหารไทย อาหารนานาชาติ ขนม และเครื่องดื่ม โดยทุกสูตรอาหารได้ผ่านการทดสอบเรื่องรสชาติอย่างพิถีพิถัน เพื่อยืนยันความอร่อยและการนำไปปรุงได้จริงและง่าย โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ อาหารไทยเพื่อสุขภาพ, Cup Cake, กับข้าวข้าวต้ม, อร่อยง่ายๆ สไตล์อีก, สุดยอดร้านอร่อย, Easy Italian Cooking, น้ำพริกคู่ครัว

### **สำนักพิมพ์แพรวเยาวชน**

สำนักพิมพ์ที่เลือกเฟ้นวรรณกรรมเยาวชนโดยนักเขียนชั้นนำ เพื่อเสริมสร้างรากฐานการอ่านที่มั่นคงและมีคุณภาพให้แก่เยาวชนไทย โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ เปิดพิพิธภณฑ์ไดโนเสาร์, ตำนานแห่งซิลมาริล, ยูลิซิส มัวร์, ชุดวรรณกรรมคลาสสิก, หมุนโลกไปกับ World Atlas, 100 คะแนนเต็ม: ฉลาดล้ำนำเพื่อน

### **สำนักพิมพ์แพรวเพื่อนเด็ก**

สำนักพิมพ์ที่เน้นผลิตหนังสือคุณภาพสำหรับเด็ก เพื่อเสริมสร้างการจินตนาการ ตอบสนองต่อพัฒนาการ การเรียนรู้ รวมถึงกิจกรรมเพื่อรณรงค์สร้างสัมพันธภาพภายในครอบครัว เน้นให้พ่อแม่อ่านหนังสือให้ลูกฟัง เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านสมอง อารมณ์ และศีลธรรม โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ พจนานุกรมภาพ "คำศัพท์แสนสนุก", พจนานุกรมภาพคำศัพท์น่ารู้, เกมสติ๊กเกอร์, สติ๊กเกอร์แสนสนุก, ศิลปะสื่อภาษา

### **สำนักพิมพ์อมรินทร์คอมมิกส์**

สำนักพิมพ์ที่ผลิตหนังสือการ์ตูนความรู้ที่อ่านสนุกทุกเพศทุกวัย โดดเด่นด้วยภาพลายเส้นอันสวยงามชวนคู่ไปกับการมอบสาระประโยชน์ เกร็ดความรู้ เหมาะอย่างยิ่งสำหรับการอ่านและการเรียนรู้ของเยาวชนไทย โดยเฉพาะในปี 2553 ได้ใช้กลยุทธ์เพื่อขยายฐานลูกค้า โดยการประยุกต์หนังสือ ให้มีรูปแบบที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้อ่านมากยิ่งขึ้น เช่น



หนังสือการ์ตูนพุทธประวัติ (ฉบับขาว-ดำ) ซึ่งทำให้จำนวนยอดขายสูงสุดเป็นประวัติการณ์ สำหรับปกที่ติดอันดับขายดี เช่น English Adventure เล่ม 1 น.แนน ลุยอเมริกาไขปริศนาค้นศรทองคำ, English Adventure 2 น.แนน พลิกเวียดนามตามรอยปริศนา, การ์ตูนชุดวิทยาศาสตร์ฉลาดรู้ เรื่อง "การทดลองแสนสนุก", "สัตว์เลื้อยคลานและสัตว์สะเทินน้ำสะเทินบก", "พืชกินแมลง", "วิทยาศาสตร์อาหาร", "การปฐมพยาบาลและเหตุฉุกเฉิน"

### **สำนักพิมพ์บ้านและสวน**

สำนักพิมพ์ที่เป็นผู้นำตลาดด้านหนังสือเกี่ยวกับบ้าน สวน และการตกแต่ง โดยนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการจัดสวน ตกแต่งบ้าน แบบบ้าน เคล็ดลับเกี่ยวกับการก่อสร้าง และความรู้เกี่ยวกับพรรณไม้ไทยและเทศ โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ Living Nature, สวนในบ้าน เล่ม 29 "สวนหลากสไตล์ 2", small garden พื้นที่เล็กของคนรักสวน, บ้านและสวน ฉบับพิเศษประจำปี 53 Contemporary, บ้านและสวนฉบับพิเศษกลางปี 53 Natural Modern, Bedroom (Room Series Vol. 2), สวนในบ้าน เล่ม 30 "30 Small Gardens", สวนบ้านนักจัดสวน, Kitchen (Room Series Vol.1), คู่มือการจัดฯ Bangkok: Small & Chic Homes 3, Humble Living บ้านผาสนธรรมชาติ (งานบ้านและสวนแฟร์ 2010)

### **สำนักพิมพ์ National Geographic**

สำนักพิมพ์ที่เป็นผู้นำที่นำเสนอความรู้ที่หลากหลายสำหรับทุกคนในครอบครัว ครอบคลุมทั้งด้านภูมิศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ประวัติศาสตร์ อารยธรรม ฯลฯ โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ ได้แก่ 80 สิ่งมหัศจรรย์ของโลก, สุดยอดแดนมหัศจรรย์ อลังการธรรมชาติบนพื้นพิภพ, ซีพียูโลกท่ามกลางวิกฤติโลกร้อน เล่ม 2, Nat Geo Amazing! (100 ชีวิตสถานที่ และสิ่งของ ที่คุณจะต้องร้อง ว้าว!)

### **สำนักพิมพ์นิตยสารแพรว**

จัดทำหนังสือซึ่งให้ทั้งสาระและความบันเทิง ตลอดจนเรื่องราวความงาม แฟชั่นทันสมัย จากเนื้อหาและบทความในหน้านิตยสารแพรวที่ได้รับความนิยมจากผู้อ่าน หรือเรื่องราวชีวิต ข้อคิดจากบุคคลที่มีชื่อเสียงในแวดวงต่าง ๆ ของสังคม โดยปกที่ติดอันดับขายดี ได้แก่ วอลเตอร์ + ซาย ลี ก้าวเดินไร้ขา, วันเดียว...เที่ยวอินทรีนอร์ธ, บันทึกฝัน แบ็กแพ็ค อันนี้หมุนรอบโลก 1 และ 2, ปกิณกะในรัชกาลที่ 5

นอกจากนี้ ในสายงานธุรกิจสำนักพิมพ์ มีการดำเนินการที่มีความเกี่ยวเนื่องจากการดำเนินการสิ่งพิมพ์ในรูปแบบนิตยสารและในรูปแบบหนังสือเล่ม ดังนี้

### **กิจกรรมการตลาดและงานแฟร์**

#### **บ้านและสวนแฟร์**

"บ้านและสวนแฟร์" งานแฟร์ของคนรักบ้านและสวนระดับประเทศ จัดโดยนิตยสารบ้านและสวนอย่างต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 11 ได้รับการตอบรับและประสบความสำเร็จสูงสุดอย่างต่อเนื่อง สามารถตอบสนองความต้องการเกี่ยวกับบ้านและสวนได้ครบทุกด้าน โดดเด่นด้านการออกแบบและแนวคิดที่หลากหลายและแตกต่าง มีงานดีไซน์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ สินค้ามากมายทั้งของแต่งบ้านและสวน ต้นไม้พันธุ์หายากจากบริษัทชั้นนำของประเทศ "รวมงานดีไซน์หลากหลายทันสมัยสำหรับคนรักบ้านและสวน"

"บ้านและสวนแฟร์ 2010" มาพร้อมกับแนวคิดที่โดดเด่นเรื่อง "การอ่อนน้อมต่อธรรมชาติ" โดยใช้ประเด็นกระแสความคิดที่น่าสนใจ เรื่องการลด Footprint ของการก่อสร้างมานำเสนอ เพลิดเพลินกับโซนต่างๆที่นิตยสารบ้านและสวนคัดสรรมาเป็นพิเศษ ใจเต็มอิ่มตลอด 9 วัน ไม่ว่าจะเป็น Selected Zone โซนเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านที่มีดีไซน์แปลกใหม่ Garden Zone สวนโชว์อสังการ "สวนป่าในจินตนาการ" เน้นความตื่นตาตื่นใจ มีทั้งโซนผจญภัยและแฟนตาซี ให้ผู้เข้าชมได้มีส่วนร่วม พร้อมทั้งไฮไลต์เด่นๆในงาน อาทิ บ้านสะพานสร้างจริง "สร้างด้วยโครงเหล็ก" ดีไซน์ล้ำ ด้วยแนวคิด



อ่อนนุ่มต่อธรรมชาติ, ประกวดออกแบบบ้าน, แก้วที่ใสเป็นพิเศษ ฟังก์ชันการใช้งานครบครัน โดยที่มบ้านและสวน และไอเดียจากหนังสือของสำนักพิมพ์บ้านและสวนถ่ายทอดเป็นสวนสวยที่นำไปปรับใช้ได้จริง

#### Woman live

“ Woman live” เป็นงานแฟรที่ขยายมาจากงาน Health Cuisine & Beauty Festival ซึ่งเดิมจัดขึ้นที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ในครั้งนี้ได้ย้ายไปจัดงานที่อาคารชาเลนเจอร์ อิมแพค เมืองทองธานี และเปลี่ยนชื่อ “ Woman live” ดังกล่าว และได้รับการตอบรับจากผู้ประกอบการและผู้เข้าร่วมชมงานเป็นอย่างดี

#### Amarin Creative &Event

เป็นการดำเนินธุรกิจในการรับจ้างจัดงานอีเว้นท์และงานแฟรต่างๆ โดยดำเนินการในนาม “Amarin Creative &Event” โดยรับดำเนินงานตั้งแต่ในส่วนของการสร้างสรรค์งาน จนถึงขั้นตอนในส่วนของการจัดงาน ทั้งนี้ นอกเหนือจากการจัดงานแฟรให้แก่หน่วยงานภายในของบริษัทแล้ว ยังได้รับการยอมรับจากองค์กรภายนอกทั้งในส่วนของภาครัฐและหน่วยงานเอกชนให้เป็นผู้จัดงานต่าง ๆ ผลงานในปี 2553 เช่น งานประกาศผลรายชื้อผู้โชคดี “Healthy Weight Event Big Challenge Get Phase You Get More” บริษัท เคมีโก้ อินเตอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด, งานเสวนา “พิพิธภัณฑที่ท่องเที่ยวกรุงเทพ ...ไปทางไหน” ของสำนักวัฒนธรรมกีฬาและการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร, พิธีเปิดและส่งมอบ “ความสุขครั้งนี้ที่เนนิพยอม” ของกลุ่มเอสซีจี, งานพัฒนาชายหาดแม่รำพึงสร้างปรากฏการณ์แหล่งท่องเที่ยวต้นแบบ “ชายหาดน่าเที่ยวคนเดียวช่วยได้” บริษัท เอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด ของกลุ่มเอสซีจี และ Let's Project: ICI Care Bangkok คีนส์สันสู่ชุมชนของบริษัท อีโคโนมิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นต้น

จากประสบการณ์ความสำเร็จอย่างต่อเนื่องในการสร้างสรรค์งานอีเว้นท์คุณภาพที่ผ่านมากกว่า 10 ปี Amarin Creative &Event ได้พัฒนาและสร้างสรรค์งานคุณภาพ เพื่อสร้างผลตอบแทนทางการตลาดให้กับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้แนวคิดสร้างสรรค์และกระบวนการจัดการคุณภาพอย่างมืออาชีพ “เพราะงานคุณภาพ คือความชำนาญของเรา”

#### Amarin New Media

Amarin New Media เป็นหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านการผลิตเนื้อหาในรูปแบบดิจิทัลคอนเทนต์ โดยการดำเนินงานให้แก่เนติยสารและหนังสือเล่มของบริษัท ภายใต้วิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจที่ว่า “เราจะเติบโตไปพร้อมกับเทคโนโลยีเพื่อมอบสาระความรู้ต่อสาระสังคม” ปัจจุบันมีการดำเนินการจัดทำข้อมูลจากเนติยสารและหนังสือเล่ม โดยผลิตเนื้อหาในรูปแบบดิจิทัลคอนเทนต์เอง จำนวน 20 เว็บไซต์ ได้แก่ [www.amarin.co.th](http://www.amarin.co.th), [www.naiin.com](http://www.naiin.com), [www.baanlaesuan.com](http://www.baanlaesuan.com), [www.roommag.com](http://www.roommag.com), [www.praew.com](http://www.praew.com), [www.sudsapda.com](http://www.sudsapda.com), [www.cheewajit.com](http://www.cheewajit.com), [www.healthandcuisine.com](http://www.healthandcuisine.com), [www.ngthai.com](http://www.ngthai.com), [www.we-mag.com](http://www.we-mag.com), [www.real-parenting.com](http://www.real-parenting.com), [www.instyle.co.th](http://www.instyle.co.th), [www.secret-thai.com](http://www.secret-thai.com), [www.myhome-mag.com](http://www.myhome-mag.com), [www.lemonade-mag.com](http://www.lemonade-mag.com), [www.amarinpocketbook.com](http://www.amarinpocketbook.com), [www.amarintour.com](http://www.amarintour.com), [www.amarintraining.com](http://www.amarintraining.com), [www.amarinphotobank.com](http://www.amarinphotobank.com), [www.amarinnewmedia.com](http://www.amarinnewmedia.com)

นอกจากนี้ ได้มีการพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการและตอบรับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่เติบโตอย่างรวดเร็ว โดยได้ทำการผลิตคอนเทนต์ในรูปแบบ Mobile Content, e-Magazine, e-Book โดยสามารถใช้ผ่านระบบปฏิบัติการต่างๆ เช่น iPhone, iPad, Blackberry, Android เป็นต้น และในปี 2554 จะทำการขยายธุรกิจภายใต้ชื่อ “Amarin New Media Service” เพื่อตอบรับการสื่อสารการตลาดสมัยใหม่แบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication) โดยให้บริการอย่างครบวงจรครอบคลุมในด้านเว็บไซต์ ออกแบบ ผลิต พัฒนา ตลอดจนให้คำปรึกษาในรูปแบบของสื่อ

นิวัติเดียทุกประเภท อาทิ การจัดทำคอนเทนต์ในรูปแบบ e-Book ,e-Magazine และการใช้สื่อผสมระหว่างเว็บไซต์และการจัดทำกิจกรรมพิเศษเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

## 2.1 ลักษณะลูกค้า

จากลักษณะการประกอบธุรกิจของสายธุรกิจสำนักพิมพ์ ในการผลิตนิตยสารและหนังสือเล่มประเภทต่างๆ ลักษณะของลูกค้าจึงแยกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ สรุปได้ดังนี้

### 2.1.1 สายงานการผลิตนิตยสาร แบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

2.1.1.1 **กลุ่มลูกค้าโฆษณา** แบ่งเป็น กลุ่มลูกค้าที่เป็นตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency) หรือ กลุ่มลูกค้าบริษัทหรือเจ้าของสินค้า (Client) ที่เลือกลงโฆษณาในนิตยสารที่มีผู้อ่านตรงกับกลุ่มเป้าหมายของสินค้า เช่น กลุ่มลูกค้าโฆษณาของนิตยสารบ้านและสวน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ตกแต่งและวัสดุก่อสร้าง กลุ่มลูกค้าโฆษณาของนิตยสารแพรว ได้แก่ เครื่องสำอาง เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย เป็นต้น

2.1.1.2 **กลุ่มลูกค้าผู้อ่านนิตยสาร** คือ ผู้อ่านที่ซื้อนิตยสาร โดยแบ่งกลุ่มแตกต่างออกไปตามประเภทของนิตยสาร เช่น กลุ่มผู้อ่านนิตยสารแพรว ได้แก่ ผู้หญิงยุคใหม่วัยทำงาน ทันสมัย ทันโลก กลุ่มผู้อ่านนิตยสารสุดสัปดาห์ ได้แก่ คนรุ่นใหม่ วัยรุ่น ก้าวตามแฟชั่น เป็นต้น

2.1.2 **สายงานการผลิตหนังสือเล่ม** จากการที่บริษัทได้ผลิตหนังสือที่มีคุณภาพออกมาหลากหลายประเภท จึงสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้อ่านได้ครอบคลุม ตั้งแต่กลุ่มเด็ก วัยทำงาน จนถึงวัยผู้ใหญ่

## 2.2 ลักษณะรายได้สายงานสำนักพิมพ์ ประกอบไปด้วยรายได้แยกตามประเภทของสินค้า ดังนี้

2.2.1 รายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาในนิตยสารทุกฉบับ และการโฆษณาบนเว็บไซต์

2.2.2 รายได้จากการขายสิ่งพิมพ์ในรูปแบบนิตยสาร และหนังสือเล่ม

2.2.3 รายได้จากการรับจ้างและให้บริการ เช่น การรับจ้างจัดงานแฟร์ และการรับผลิตสื่อนิวัติเดีย เป็นต้น

2.2.4 รายได้จากการขายพื้นที่จัดแสดง เช่น การขายพื้นที่ในงานบ้านและสวน และงาน Woman Live

## 3. ธุรกิจอื่นๆ (สายพัฒนาธุรกิจ)

จากความสำเร็จอย่างต่อเนื่องในธุรกิจสิ่งพิมพ์สู่รูปแบบในการนำเสนอคอนเทนต์ผ่านธุรกิจด้านอื่นๆ ที่สามารถสัมผัส และมีประสบการณ์ร่วมไปกับบริษัท ได้แก่

### Amarin Tour

เป็นการดำเนินธุรกิจบริการท่องเที่ยวในนาม “อมรินทร์ทัวร์” ซึ่งจุดเริ่มต้นของการดำเนินการมาจากการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อผู้อ่านนิตยสารในเครือของบริษัท ปัจจุบันการดำเนินการของอมรินทร์ทัวร์มีการจัดบริการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพเต็มรูปแบบทั้งในและต่างประเทศ โดยให้บริการทั้งแก่ลูกค้าองค์กรและลูกค้าทั่วไป โดยมีทั้งในส่วนของให้บริการตามโปรแกรมที่บริษัทคัดสรรไว้ และให้บริการแก่กลุ่มคณะที่ต้องการการตอบสนองเส้นทางเดินทางในเฉพาะกลุ่ม ในปี 2553 เป็นปีที่ครบรอบ 12 ปีของการดำเนินงาน และได้ฉลอง “12th Anniversary Amarin Tour” ผ่านการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบคัดสรรพิเศษ 12 โปรแกรม เช่น เนปาล, ญี่ปุ่น, นิวซีแลนด์, ชาว-บาห์ลี, กลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย, รัสเซีย,

### Amarin Training

เป็นการดำเนินธุรกิจอบรมสัมมนาภายใต้แนวความคิด “ Learning for Better Living” โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ นักเขียน และนักวิชาการ โดยมีหลักสูตรที่มีความหลากหลายและครอบคลุมโดยมีจุดประสงค์เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตใน





ทุกด้าน ได้แก่ ด้านสุขภาพและความงาม ด้านการออกแบบตกแต่งบ้านและสวน การทำอาหาร กิจกรรมพัฒนาการเด็ก และเยาวชน พัฒนาทักษะการพูด เขียน บุคลิกภาพ และการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ในทุกมิติ นอกจากนี้ยังเป็นผู้จัดหาวิทยากรและบริหารจัดการอบรมสัมมนาให้แก่องค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน

### Amarin Television

เป็นการดำเนินธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ โดยในปี 2553 บริษัทมีการผลิตรายการโทรทัศน์ออกอากาศทั้งสิ้น 3 รายการ ได้แก่

**1. รายการคลับสุขภาพ** เป็นรายการวาไรตี้ที่น่าสนใจเรื่องราวน่าสนใจเพื่อการดูแลสุขภาพหลากหลายแนวทาง เสริมสร้างสุขภาพกาย ใจ ภายใต้คอนเซ็ปต์ “รวมทุกคำตอบเพื่อสุขภาพส่งตรงถึงบ้านคุณ” ร่วมสนับสนุนข้อมูลดีๆ โดย นิตยสาร ชีวจิต และ Health & Cuisine รายการดังกล่าวออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ทุกวันอังคาร เวลา 16.15 - 16.30 น. โดยมีพิธีกรประจำรายการ ได้แก่ นางสาวจิรนนท์ มะโนแจ่ม และนางผกา เส็งพานิช

**2. รายการเรื่องเด็กๆ** เป็นรายการโทรทัศน์ที่มุ่งส่งเสริมให้เยาวชนได้ทำกิจกรรมที่มีประโยชน์ สนุกสนานอย่างสร้างสรรค์และเสริมสร้างจริยธรรม เปิดโอกาสให้เด็กๆ ได้รู้จักช่วยเหลือตนเองพร้อมเรียนรู้โลกกว้าง ภายใต้แนวคิด “จริยธรรม ความรู้ คู่สังคม” รายการดังกล่าวออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ทุกวันพุธ เวลา 16.30 - 17.00 น. โดยมีพิธีกรประจำรายการ ได้แก่ เด็กชายรจนกร อยู่หน้า (น้องพลูท) และ เด็กชายธนาภค จงใจพระ (น้องโอม) ทั้งนี้ รายการดังกล่าวนี้ได้รับรางวัลเกียรติคุณเชิดชูเกียรติสื่อมวลชน รายการโทรทัศน์ดีเด่นด้านนันทนาการระดับประเทศ ประจำปี 2553

**3. รายการบ้านและสวน** เป็นรายการโทรทัศน์สาระความรู้เรื่องบ้านและสวนในทุกแง่มุม โดยการนำเสนอรายการที่แตกต่างแต่โดดเด่นในเนื้อหา พร้อมนี้ได้นำเสนอเรื่องราว สถานที่ และแนวคิดต่างๆ ที่น่าสนใจ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้รักการตกแต่งบ้าน รายการดังกล่าวออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 10.05 - 10.30 น. ทางสถานีโทรทัศน์ TNN24 ช่องทรูวิชั่น 7 โดยมีพิธีกรประจำรายการ คือ นายพิพัฒน์ อภิรักษ์ธนากร นอกจากนี้ ในปี 2553 บริษัทฯ ยังได้รับความไว้วางใจจากสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ให้เป็นผู้ผลิตรายการสารคดีสั้น 1 นาที ชุด 7 สีสันรักให้โลก ปี3 ออกอากาศทุกวันเสาร์ - อาทิตย์ หลังภาพยนตร์นานาชาติ ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

### ชีวจิตโฮม

เป็นการดำเนินธุรกิจการแพทย์แบบองค์รวม เน้นการรักษาแบบธรรมชาติบำบัด (Naturopathic) โดยการรักษาควบคู่กับการแพทย์แผนปัจจุบัน เปิดดำเนินการในช่วงปลายไตรมาสที่ 2 ของปี 2553 แนวคิดหลักในการดำเนินการ คือ “ป่วยก็แวะมา ไม่ป่วยก็แวะมา” โดยแบ่งการดำเนินงานออกเป็น

**ชีวจิตโฮม คลินิกเวชกรรม** เป็นการให้บริการรักษา บำบัด ฟันฟูผู้ป่วยโรคต่างๆ เช่น มะเร็ง เบาหวาน ภูมิแพ้ ด้วยโปรแกรมรักษาจากทีมแพทย์แผนปัจจุบันควบคู่กับการแพทย์ทางเลือก พร้อมทั้งให้บริการเสริมสร้างและฟื้นฟูแก่ผู้รักสุขภาพทั่วไป และบริการจากทีมที่เลี้ยงที่คอยให้คำปรึกษาอย่างอบอุ่นเสมือนสมาชิกในครอบครัว โดยเปิดดำเนินการทุกวัน (ยกเว้นวันศุกร์) ตั้งแต่เวลา 9.00-19.00 น.

**ชีวจิตโฮม ชี้อป** เป็นร้านค้าสุขภาพ ที่คัดสรรสินค้าสุขภาพนานาชาติ ที่จำเป็นต่อดำรงชีวิตตามแนวทางชีวจิต จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค จากผู้ผลิตสินค้าสุขภาพมาตรฐานสูง และสินค้าสุขภาพภายใต้แบรนด์ “Cheewajithome” พร้อมบริการจัดส่งกระเช้าสุขภาพและจัดส่งสินค้าสุขภาพทั่วประเทศ

### 3.1 ลักษณะลูกค้า

จากลักษณะการประกอบธุรกิจของสายพัฒนาธุรกิจ ลักษณะของลูกค้าจึงแยกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ สรุปได้ดังนี้

3.1.1 **กลุ่มลูกค้าโฆษณา** แบ่งเป็น กลุ่มลูกค้าที่เป็นตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency) หรือ กลุ่มลูกค้าบริษัทหรือเจ้าของสินค้า (Client) ที่เลือกลงโฆษณาในรายการโทรทัศน์

3.1.2 **กลุ่มลูกค้าทั่วไป** คือ ผู้อ่านที่ซื้อนิตยสารของบริษัท บุคคลทั่วไป รวมถึงนิติบุคคลต่างๆ ที่มีความประสงค์จะซื้อสินค้า หรือใช้บริการ

### 3.2 ลักษณะรายได้สายพัฒนาธุรกิจ ประกอบไปด้วยรายได้แยกตามประเภทของสินค้า ดังนี้

3.2.1 รายได้จากการขายเวลาในการโฆษณาในรายการโทรทัศน์จำนวน 3 รายการ

3.2.2 รายได้จากการรับจ้างผลิตรายการหรือสารคดีจากการดำเนินการ Amarin Television

3.2.3 รายได้จากการให้บริการ ซึ่งจะมาจากการดำเนินการ Amarin Tour, Amarin Training และชีวิตเวชกรรมคลินิก

3.2.5 รายได้จากการขายสินค้า ซึ่งจะมาจากการจำหน่ายสินค้าของชีวิตชีพอป

### แนวโน้มธุรกิจและการแข่งขัน

ภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2553 โดยภาพรวมมีทิศทางที่ดี เป็นผลมาจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก และการคลี่คลายของสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศ อีกทั้ง ผลที่เกิดขึ้นจากมาตรการต่างๆ ของภาครัฐเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ ทำให้ในปีที่ผ่านมาอัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) มีอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 7 เพิ่มขึ้นจากปี 2552 ที่เท่ากับร้อยละ -2.3 อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมัน และอัตราเงินเฟ้อ ยังเป็นตัวแปรหลักที่ส่งผลกระทบต่อการใช้สอยของผู้บริโภค อีกทั้งในส่วนของค่าเงินบาทที่มีการแข็งค่าเป็นลำดับเมื่อเทียบกับเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ส่งผลต่อทิศทางของอัตราดอกเบี้ยภายในประเทศที่มีทิศทางสูงขึ้น และกระทบต่อการตัดสินใจลงทุนของภาคธุรกิจที่จะมีต้นทุนทางการเงินสูงขึ้น

รายได้หลักจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทมีความเกี่ยวเนื่องกับทิศทางของ 3 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมสื่อโฆษณา, อุตสาหกรรมสำนักพิมพ์ และอุตสาหกรรมโรงพิมพ์ ดังนี้

#### ภาวะอุตสาหกรรมการพิมพ์

มีการคาดคะเนจากนักเศรษฐศาสตร์ว่า ภาพรวมเศรษฐกิจปี 2554 ยังคงมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) มีการขยายตัวประมาณร้อยละ 4-5 ปัจจัยการเพิ่มขึ้นของรายได้ประชากรจากการขึ้นค่าแรง การไหลเข้าของเงินทุนซึ่งจะส่งผลทำให้ตลาดหลักทรัพย์ดีขึ้น และการเลือกตั้งใหม่ที่จะมีขึ้นในปีนี้จะทำให้เกิดการไหลเวียนของเงินในระบบมากกว่าภาวะปกติ อย่างไรก็ตามปัจจัยลบในเรื่องปัญหาเงินเฟ้อ จากราคาวัตถุดิบที่สูงขึ้น ต้นทุนพลังงานแพงขึ้น ค่าจ้างปรับขึ้น ดอกเบี้ยเริ่มขยับตัว การส่งออกเริ่มชะลอตัวลง ยังเป็นปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ

ภาวะเศรษฐกิจในปี 2554 คาดว่าธุรกิจมีการแข่งขันกันสูงและต้องปรับตัวกันมากขึ้น สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย ได้สำรวจและวิเคราะห์อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์และคาดว่า อัตราการขยายตัวของธุรกิจหนังสือจะเติบโตได้อย่างต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา ในอัตราไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 เนื่องจากเศรษฐกิจโลกและของไทยมีการฟื้นตัวดีขึ้น อีกทั้งรัฐบาลตื่นตัวในการดำเนินการส่งเสริมการอ่านมากขึ้น มีนโยบายและมาตรการเพื่อส่งเสริมการอ่านอย่าง

ชัดเจนไม่ว่าจะเป็นการกำหนด “ทศวรรษการอ่านแห่งชาติ” โดยกำหนดให้การอ่านเป็นวาระแห่งชาติ การกำหนดเป้าหมายว่าในปี 2555 จะเพิ่มค่าเฉลี่ยการอ่านหนังสือของคนไทยเป็นเท่าตัวจากค่าเฉลี่ยปี 2552 ตลอดจนในช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2553 คณะรัฐมนตรีได้อนุมัติมาตรการลดหย่อนภาษีจากการซื้อหนังสือ บริจาคหนังสือเพื่อส่งเสริมให้เกิดการอ่านให้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลทางบวกต่อแหล่งเรียนรู้หรือห้องสมุดที่จะมีจำนวนหนังสือเพิ่มมากขึ้น

จากการที่เทคโนโลยีหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Book) ได้สร้างกระแสความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างมากในปัจจุบัน ประกอบกับราคา e-Reader ที่มีแนวโน้มว่าจะถูกลงเรื่อยๆ ส่งผลให้ แนวโน้มอนาคตของ e-Book) จะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น แต่ก็ยังไม่สามารถคาดการณ์ได้ถึงทัศนคติของผู้อ่านไทยว่า จะให้ความสนใจ e-Book มากน้อยเพียงใด ผลการสำรวจจากผู้เข้าชมงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 15 ในเดือนตุลาคม 2553 ที่ผ่านมามีผู้อ่านเพียงไม่ถึงร้อยละ 3 เท่านั้น ที่ชอบอ่านหนังสือทางอินเทอร์เน็ต และ e-Book ในต่างประเทศ เช่น ประเทศเยอรมนีมีการคาดการณ์ว่า ต้องใช้เวลาประมาณอีก 5-6 ปี ก่อนที่การใช้หนังสือประเภท e-Book จะเป็นที่ยอมรับแพร่หลายในเฉพาะบางกลุ่มผู้อ่านเท่านั้น ผู้เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมหนังสือและสิ่งพิมพ์ไม่ควรนิ่งนอนใจโดยต้องหาทางออกให้กับหลายประเด็น เช่น การปรับตัวให้พร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลง เป็น e-Publisher จัดการเรื่องลิขสิทธิ์ / การละเมิด (Digital Right) มาตรฐานการผลิต การกำหนดราคาหนังสือ ราคารับจ้างพิมพ์ให้เหมาะสม เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าถึงหนังสือที่มีคุณภาพได้ง่ายขึ้น และเป็น การเพิ่มจำนวนผู้อ่านหนังสือให้มากขึ้นในอนาคต

การผลักดันให้ “การอ่านเป็นวัฒนธรรมของชาติไทย” ให้ประสบผลสำเร็จนั้น ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกๆ ส่วนที่เกี่ยวข้อง การผลักดันให้มี พระราชบัญญัติ ส่งเสริมการอ่าน โดยให้มีหน่วยงานดูแลรับผิดชอบพร้อมบุคคลากรและงบประมาณ เพื่อส่งเสริมการอ่านให้เป็นไปอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน อีกทั้งความร่วมมือของภาครัฐและเอกชนจะต้อง ร่วมกันสร้างเครือข่ายส่งเสริมการอ่านให้มากขึ้น เพื่อสร้างทัศนคติและการเห็นคุณค่าและประโยชน์ของการอ่านให้พัฒนาเป็นระบบต่อไป

ตลาดงานพิมพ์ที่ต้องการคุณภาพสูง (High Definition Printing) ยังคงมีความต้องการอยู่เสมอ และยังคงมีแนวโน้มที่จะเติบโตต่อไปได้อีกมากมายอย่างต่อเนื่อง การที่สภาวะเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองของประเทศอยู่ในสภาวะที่ไม่แน่นอน ย่อมส่งผลกระทบต่อสภาพตลาดและผู้บริโภค และการดำเนินธุรกิจ สายธุรกิจโรงพิมพ์ได้วางแผนธุรกิจ เพื่อเตรียมรองรับความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้น การเตรียมตัวให้มีความพร้อมในการแข่งขัน (Competitive Edge) ตอกย้ำเรื่อง การผลิตงานคุณภาพระดับ Top Quality เน้นความเป็นผู้นำด้านลดต้นทุน (Cost Leadership) เน้นความมีประสิทธิภาพ สูงสุด ตลอดสายการผลิต (Maximized Efficiency through out the Plant) ความเป็นผู้นำในธุรกิจด้วยการนำเสนอสิ่งที่มี ดีไซน์ ใหม่ มีความแตกต่าง มีคุณค่า มีความโดดเด่น ทำให้สินค้าของเราได้รับความสนใจและอยู่ในความต้องการ ของลูกค้าอยู่เสมอในทุกๆ Segment ของตลาด ซึ่งจะทำให้การเติบโตของธุรกิจยังคงเป็นไปได้อย่างต่อเนื่อง

### อุตสาหกรรมสื่อโฆษณา

มูลค่าของอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาในช่วงเวลา 5 ปีที่ผ่านมา มีอัตราการขยายตัวอยู่ในเกณฑ์ดี โดยปี 2549 มีมูลค่าประมาณ 90 พันล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 10 พันล้านบาทในปี 2553 คิดเป็นอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 3 ต่อปี และในปี 2553 มีอัตราการเติบโตจากปี 2552 เท่ากับร้อยละ 12

ภาพรวมอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาในปี 2553 อยู่ในเกณฑ์ที่ดี แม้ว่าจะมีการชะลอตัวในช่วงไตรมาสที่ 2 บ้างก็ตาม อันเนื่องมาจากสถานการณ์ทางการเมืองในช่วงเวลาดังกล่าว แต่ในภาพรวมของปีก็ยังคงมีอัตราการขยายตัวในสื่อโฆษณาทุกประเภทยกเว้นในส่วนของสื่อโฆษณานอกบ้าน และสื่อโฆษณาทางวิทยุ ที่มีการชะลอตัวจากปีก่อน สาเหตุของการขยายตัวดังกล่าวมาจากภาวะเศรษฐกิจที่ดีขึ้น และการคลี่คลายปัญหาทางการเมืองภายในประเทศเป็นสำคัญ การใช้สื่อ



โฆษณาหลักยังคงเป็นในส่วนของโทรทัศน์คิดเป็นมูลค่าประมาณร้อยละ 60 ของการใช้สื่อโฆษณาทั้งหมด สำหรับสื่อโฆษณาที่มีความเกี่ยวข้องเนื่องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท ได้แก่ สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์, สื่อโฆษณาทางนิตยสาร และสื่อโฆษณาในอินเทอร์เน็ต ในปี 2553 มีมูลค่าใช้สื่อโฆษณาดังกล่าวเท่ากับ 61 พันล้านบาท, 5.7 พันล้านบาท และ 0.3 พันล้านบาท ตามลำดับ มีอัตราการขยายตัวโดยประมาณเมื่อเทียบกับปี 2552 เท่ากับ ร้อยละ 15, ร้อยละ 4 และร้อยละ 12 ตามลำดับ

สำหรับแนวโน้มอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาในปี 2554 คาดว่าจะมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 โดยสื่อโฆษณาที่จะมีอัตราการขยายตัวสูงจะยังคงเป็นสื่อโฆษณาที่สามารถเผยแพร่ไปในวงกว้าง ได้แก่ โทรทัศน์ เนื่องจากปัจจุบันมีเครื่องโทรทัศน์ที่สามารถรับชมรายการในประเทศไทยประมาณ 21 ล้านเครื่อง และสื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตที่ปัจจุบันมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยกว่า 22 ล้านคน

### **อุตสาหกรรมสำนักพิมพ์**

#### **ธุรกิจนิตยสาร**

ภาพรวมของธุรกิจนิตยสารของปี 2553 จัดอยู่ในเกณฑ์ดี เมื่อเทียบกับปี 2552 สาเหตุสำคัญเนื่องมาจากสภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย ที่มีอัตราขยายตัวค่อนข้างดี อาจจะทำให้ได้ว่า สภาวะเศรษฐกิจมีผลต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องมาจากรายได้ของการดำเนินธุรกิจนิตยสารจะมาจากการจำหน่ายนิตยสาร และรายได้จากโฆษณา

การดำเนินธุรกิจนิตยสารในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา จะต้องอาศัยเงินลงทุนระยะแรกค่อนข้างสูง เพื่อสร้างค่านิยมในกลุ่มลูกค้า และการยอมรับจากผู้ต้องการซื้อสื่อโฆษณา ดังนั้น จึงเป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับผู้ประสงค์จะเข้าธุรกิจนิตยสารในฐานะผู้ประกอบการรายใหม่ ในปี 2553 การเปิดตัวนิตยสารฉบับใหม่มีไม่มากนัก และส่วนใหญ่เป็นการดำเนินการของผู้ประกอบการในธุรกิจนิตยสารอยู่แล้ว โดยเฉพาะในกลุ่มที่เป็นผู้นำตลาด ซึ่งต้องการปรับปรุงเนื้อหาให้มีความเหมาะสม จึงทำการขยายโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า โดยการเปิดตัวนิตยสารเฉพาะกลุ่มแบบ Segmentation เพื่อทำการทดแทนช่องว่างของกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อ และสามารถขยายส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มเติมได้อีกทางหนึ่ง

#### **ธุรกิจหนังสือเล่ม**

มูลค่าตลาดของอุตสาหกรรมสำนักพิมพ์ในปี 2553 เท่ากับ 19,600 ล้านบาท คาดว่าโดยมีอัตราการเติบโตจากปี 2552 เท่ากับร้อยละ 4 ปัจจัยสำคัญที่มีนัยสำคัญต่อการขยายตัวดังกล่าวมาจากภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยที่ดีขึ้น, การจัดสรรงบประมาณไทยเข้มแข็งเพื่อจัดซื้อหนังสือและสื่อการเรียนการสอนเข้าห้องสมุด, นโยบายของภาครัฐที่กำหนดให้ปี 2552-2561 เป็น “ทศวรรษแห่งการอ่านแห่งชาติ” และมาตรการทางภาษีที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการบริจาคหนังสือแก่ห้องสมุด เป็นต้น โดยหนังสือเล่มที่มีการขยายตัวของยอดขายสูงในปี 2553 ได้แก่ หนังสือประเภทธรรมะประยุกต์ นวนิยาย จิตวิทยา เด็กเล็ก และสุขภาพ

จากปัจจัยที่สนับสนุนข้างต้น เมื่อประกอบกับข้อมูลในส่วนของดัชนีการอ่านหนังสือของประเทศไทย ซึ่งจัดอยู่ในเกณฑ์ต่ำมาก ประมาณ 2 เล่มต่อปี (ข้อมูลของสำนักงานการเรียนรู้ ปี 2548) ในขณะที่ประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น ประเทศมาเลเซีย เท่ากับ 40 เล่มต่อปี ประเทศสิงคโปร์เท่ากับ 40-50 เล่มต่อปี และประเทศเวียดนามเท่ากับ 60 เล่มต่อปี เป็นต้น แสดงให้เห็นว่า โอกาสในการเติบโตของหนังสือเล่มภายในประเทศไทยยังอยู่ในเกณฑ์ที่ดี สำหรับสาเหตุสำคัญที่ทำให้ประเทศอื่นๆ มีดัชนีสูงกว่าประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากในบางประเทศได้มีการสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น การกำหนดเป็นนโยบายในการส่งเสริมการอ่าน การศึกษา ตลอดจนการเรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตราที่ต่ำสำหรับการซื้อหนังสือ เป็นต้น

การดำเนินธุรกิจบริษัทในส่วนของอุตสาหกรรมสำนักพิมพ์ในปี 2553 ยังคงมีแนวทางการดำเนินงานเพื่อรองรับกับสถานการณ์เศรษฐกิจ ด้วยการใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดสมัยใหม่แบบบูรณาการ (Integrated Solution Provider) มุ่งเน้นในส่วนของคุณภาพและความเชี่ยวชาญของธุรกิจบริษัททั้งด้านเนื้อหา (Content) และการใช้ฐานลูกค้าที่มีศักยภาพสูงเพื่อเพิ่มมูลค่าและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างครบวงจร นอกจากนี้บริษัทยังมีนโยบายอย่างต่อเนื่องในด้านการวิจัยและพัฒนา เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมผู้อ่านและสามารถคาดการณ์ได้ถึงแนวโน้มพฤติกรรมของผู้อ่านที่จะเปลี่ยนแปลงไปในอนาคต จุดประสงค์หลักเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้า ผู้อ่าน และกลุ่มลูกค้าโฆษณาได้อย่างครบถ้วน

สำหรับแนวโน้มของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Book) ในประเทศไทยนั้น ได้รับการตอบรับในระดับหนึ่ง เนื่องจากเกิดกระแสที่แพร่หลายมาจากต่างประเทศ ทำให้ผู้ที่สนใจในความก้าวหน้าของเทคโนโลยี เริ่มนำเข้ามาใช้ในชีวิตประจำวัน แต่ในส่วนของประเทศไทยความสำเร็จของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ยังมีอีกหลายตัวแปรสำคัญ เช่น เนื้อหาที่จะนำเสนอต้องมีความน่าสนใจทั้งในส่วนของรูปแบบการนำเสนอ สวยงาม และต้นทุนการผลิตที่ต้องต่ำกว่าการพิมพ์ในรูปแบบเล่มอย่างมีนัยสำคัญ เป็นต้น

แนวโน้มของอุตสาหกรรมสำนักพิมพ์ในปี 2554 คาดว่าจะขยายตัวอีกประมาณร้อยละ 5 จากปี 2553 โดยปัจจัยที่ภาครัฐให้การส่งเสริมตั้งแต่ปี 2551 ในส่วนของนโยบาย “ทศวรรษแห่งการอ่านแห่งชาติ” และมาตรการทางภาษีที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการบริจาคมหนังสือแก่ห้องสมุดที่คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบในข้อเสนอของกระทรวงการคลังช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2553 นอกจากนี้ ภาวะเศรษฐกิจที่ยังคงมีแนวโน้มดีอย่างต่อเนื่อง จะมีส่วนช่วยสนับสนุนให้เกิดการขยายตัวข้างต้นอีกทางหนึ่งด้วย

### **การตลาดและสื่อสารแบรนด์และกิจกรรมส่งเสริมการตลาด**

หน่วยงานการตลาดและสื่อสารแบรนด์ทำหน้าที่ในการวางแผนและดำเนินกิจกรรมทางการตลาด รวมทั้งติดตามและศึกษาความเคลื่อนไหวของตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างศักยภาพทางการแข่งขัน ดังนี้

#### **สายธุรกิจโรงพิมพ์**

สายธุรกิจโรงพิมพ์ เน้นทำการตลาดเชิงรุก เพื่อก้าวสู่ความเป็นเลิศด้านการบริการและสร้างความประทับใจสูงสุดกับลูกค้า อันนำไปสู่ภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร (Corporate image) โดยมีฝ่ายบริการงานพิมพ์ (Account Executive) ซึ่งทำหน้าที่สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้ากับองค์กร ตั้งแต่การติดต่อลูกค้า ตลอดจนการต้อนรับ เยี่ยมเยียน และให้คำปรึกษางานด้านการพิมพ์ ตั้งแต่เริ่มต้นจนงานสำเร็จลุล่วงออกมาเป็นรูปเล่ม และจากคุณภาพงานพิมพ์ และงานบริการบริษัท จึงได้รับความไว้วางใจและเชื่อถือจากลูกค้าจำนวนมาก ด้วยเหตุนี้ลูกค้าบางส่วนของบริษัทฯ จึงมาจากการแนะนำของลูกค้าที่เคยใช้บริการ และจากลูกค้าที่ติดต่อเข้ามา เนื่องจากเห็นผลงาน และได้ยินชื่อเสียงของบริษัทฯ

#### **สายธุรกิจสำนักพิมพ์**

สายธุรกิจสำนักพิมพ์ ดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing) ผสมผสานกิจกรรมทางการตลาดหลากหลายรูปแบบ มุ่งเน้นสร้างความแข็งแกร่งให้กับตราสินค้า อันเป็นแรงผลักดันไปสู่การดำเนินธุรกิจแนวใหม่ และตอกย้ำความเป็นผู้นำคอนเทนต์ ผ่านการทำกิจกรรมส่งเสริมการขาย การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ไปจนถึงกิจกรรมต่างๆ โดยแบ่งเป็น 2 หน่วยงาน คือ

## 1. การตลาดและสื่อสารแบรนด์-นิตยสาร

การตลาดและสื่อสารแบรนด์นิตยสารมีหน้าที่วางกลยุทธ์การตลาดรวมถึงพิจารณาแผนการประชาสัมพันธ์สำหรับนิตยสารในเครือฯ ผ่านกิจกรรมการตลาด กิจกรรมส่งเสริมการขาย การใช้สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับนิตยสาร รวมถึงกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ และติดตามนิตยสารอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้บริษัทมีเป้าหมายในการกระตุ้นยอดขายโดยจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อจูงใจให้ผู้อ่านซื้อหรือสมัครสมาชิก รวมทั้งยังมุ่งเน้นสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างนิตยสารกับทุกกลุ่มเป้าหมาย อาทิ ลูกค้าโฆษณา สมาชิกนิตยสาร และผู้อ่านทั่วไป ผ่านกิจกรรมสร้างสรรค์ที่สามารถสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้กับกลุ่มเป้าหมายได้

## 2. การตลาดและประชาสัมพันธ์หนังสือเล่ม

การตลาดและประชาสัมพันธ์หนังสือเล่มทำหน้าที่ในการติดตาม และศึกษาช่องว่างทางการตลาดเพื่อพัฒนาและนำเสนอหนังสือใหม่ๆ รองรับความต้องการของผู้อ่านได้ทันกระแสความนิยมของตลาด และทำการประชาสัมพันธ์หนังสือใหม่ ให้เป็นที่รู้จักและเกิดกระแสการตอบรับ รวมทั้งวางแผนกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านช่องทางต่างๆ อาทิ หน้าร้านหนังสือ ใต้เรคเมด อินเทอร์เน็ต และระบบสมาชิก นอกจากนี้ยังนำเสนอกิจกรรมทางการตลาดเพื่อกระตุ้นและสร้างนักเขียนหน้าใหม่ และเพิ่มปริมาณผู้อ่านผ่านกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ ร่วมกับสถาบันการศึกษา การประกวดต่างๆ พร้อมทั้งมอบรางวัลต่างๆ แก่นักเขียน อันเป็นการยกย่องผลงาน และสร้างสรรค์หนังสือไทยให้มีคุณภาพ

### สายพัฒนาธุรกิจ

การดำเนินการทางด้านการตลาดของสายพัฒนาธุรกิจมีการดำเนินกลยุทธ์เช่นเดียวกับการดำเนินการของสายธุรกิจสำนักพิมพ์ โดยการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของนิตยสารในเครือ และสื่ออื่น ๆ ที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด นอกจากนี้การดำเนินการดังกล่าว เน้นสร้างความสัมพันธ์และสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า เพื่อให้มีการประชาสัมพันธ์โดยกลุ่มลูกค้าอีกทางหนึ่งด้วย

### ที่มาของรายได้บริษัท แยกตามลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ ดังนี้

#### 1. งานรับจ้างพิมพ์ (สายธุรกิจโรงพิมพ์)

หน่วยงานบริการงานพิมพ์ (Account Executive) ทำหน้าที่ในการติดต่อลูกค้า และให้บริการงานพิมพ์แบบครบวงจร โดยรับผิดชอบดูแลงานตั้งแต่เริ่มต้นจนงานสำเร็จออกมาเป็นรูปเล่มอย่างมีคุณภาพ อันสอดคล้องกับนโยบายบริษัท ด้วยรูปแบบบริการให้คำปรึกษากับลูกค้าอย่างใกล้ชิดและเป็นกันเอง ทำให้ลูกค้าได้รับความประทับใจ และมีความเชื่อถือในคุณภาพงาน ด้วยเหตุนี้ลูกค้าบางส่วนของบริษัทฯ จึงมาจากการแนะนำของลูกค้าที่เคยใช้บริการ หรือติดต่อเข้ามาเองจากที่เคยเห็นผลงาน และได้ยินชื่อเสียงของบริษัทฯ

อย่างไรก็ตามการรักษาสัมพันธ์ภาพระหว่างลูกค้าเก่ากับบริษัท เป็นนโยบายสำคัญที่บริษัทต้องดำเนินการพร้อมกับแสวงหาลูกค้าใหม่ ๆ เพื่อขยายฐานลูกค้าให้ครอบคลุมทุกกลุ่ม ทั้งนี้เพื่อบริษัทจะไม่ได้รับผลกระทบหากสูญเสียลูกค้ารายใดรายหนึ่งไป จากสถิติของสิบอันดับยอดลูกค้างานรับจ้างพิมพ์ และลูกค้าโฆษณาจะเห็นว่ามีสัดส่วนเปลี่ยนแปลงไม่มาก และเป็นกลุ่มลูกค้าเก่า

#### 2. สายธุรกิจสำนักพิมพ์

นิตยสาร แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ

การจำหน่ายพื้นที่โฆษณา ฝ่ายขายโฆษณาทำหน้าที่เสนอขายพื้นที่โฆษณาในนิตยสาร พื้นที่จัดกิจกรรม





หรืองานแฟร์ต่างๆ ให้แก่ ลูกค้าที่เป็นตัวแทนโฆษณา หรือลูกค้าองค์กรที่ไม่ได้ใช้ตัวแทนโฆษณา พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกในการผลิตงานโฆษณา (In-House Production) อีกทั้งยังดูแลติดตามความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

**การจำหน่ายนิตยสาร** บริษัท จำหน่ายนิตยสารผ่าน บริษัทอมรินทร์ บู๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด ซึ่งทำหน้าที่กระจายนิตยสารผ่านตัวแทนหรือสายส่งเครือข่ายทั่วประเทศ คือ กรุงเทพฯ 33 ราย และตัวแทนต่างจังหวัด 191 ราย จำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกระบบเครือข่าย “ร้านนายอินทร์, B2S, SE-ED, Book Smile, ดอกหญ้าและแพร่พิทยา” รวมถึงการขายผ่านระบบสมาชิกผ่านระบบจัดส่งด้วยจักรยานยนต์แทนระบบการจัดส่งทางไปรษณีย์ เพื่อให้นิตยสารถึงมือสมาชิกได้เร็วที่สุด

### การจำหน่ายหนังสือเล่ม

หนังสือเล่มได้มีการจัดจำหน่ายผ่าน บริษัท อมรินทร์ บู๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด ซึ่งจะเป็นผู้ดำเนินการกระจายหนังสือผ่านร้านหนังสือทั่วประเทศ โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายได้ ดังนี้

- ช่องทางร้านหนังสือทั่วไป โดยมีระบบจัดจำหน่าย คือ
  - ร้านหนังสือในกรุงเทพฯ ได้มีการใช้ระบบ Standing และ Reorder
  - ร้านหนังสือต่างจังหวัด ใช้ระบบฝากขาย (Point of Sale)
- ระบบร้านหนังสือเครือข่าย (Amarin Network)
- ร้านนายอินทร์ เป็นร้านขายปลีกของบริษัท อมรินทร์ บู๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด
- ระบบขายตรงสู่หน่วยงาน โดยพนักงานขายจะทำการเสนอ และแนะนำหนังสือที่บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายไปยังสถาบันการศึกษา หน่วยงานราชการ และห้องสมุดต่างๆ โดยได้มีการคัดเลือกหนังสือที่เหมาะสม และมีคุณค่าต่อการศึกษา และสังคมไทย เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับใช้ประกอบการเรียน หรือเป็นหนังสืออ่านนอกเวลา อันเป็นการเสริมสร้างภูมิปัญญาและเสริมทักษะในการอ่านให้กับเยาวชน และบุคคลทั่วไป
- ไดเร็กเมล (Direct Mail) ด้วยศักยภาพทางด้านการบริหารระบบสมาชิก ซึ่งได้สร้างฐานข้อมูลสมาชิก และได้จัดกิจกรรมทางการตลาด เพื่อสร้างความใกล้ชิด และแนะนำหนังสือใหม่ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการขายที่จัดส่งให้
- ขายเคลื่อนที่ในรูปแบบโมบาย ยูนิท ทีมพนักงานขายเคลื่อนที่เพื่อเข้าร่วมงานแสดงสินค้า และงานนิทรรศการต่างๆ อาทิ งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ นิทรรศการหนังสือ และงานออกร้านอื่น ๆ ฯลฯ
- ระบบ E-Commerce ผ่าน [www.naiin.com](http://www.naiin.com) ที่อำนวยความสะดวกต่อผู้อ่านในการค้นหาหนังสือที่ต้องการตามหมวดหมู่ หรือสำนักพิมพ์ผ่านระบบ Search engine ได้ทันที ทั้งนี้ได้มีการนำเสนอขายแก่ผู้อ่านทั้งในรูปแบบ B2B และ B2C ด้วยเช่นกัน

### งานแฟร์

**บ้านและสวนแฟร์** งานแฟร์ประจำปีที่จัดต่อเนื่องกันเป็นปีที่ 10 โดยบริษัท ลงทุนด้านการจัดงาน กิจกรรมการตลาด และการประชาสัมพันธ์เชิญชวนบุคคลให้มาร่วมงาน พร้อมกันนี้ได้จำหน่ายพื้นที่แสดงงานให้กับองค์กรและบุคคลทั่วไปที่จำหน่ายสินค้าและบริการเกี่ยวกับการตกแต่งบ้านและสวน ซึ่งอาศัยศักยภาพด้านการจำหน่ายจากฝ่ายขายโฆษณาของนิตยสารที่มีอยู่

**Woman live** งานแฟร์ใหม่ซึ่งขยายจากงาน Health Cuisine & Beauty Festival ซึ่งเดิมจัดขึ้นที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ได้ย้ายไปจัดงานที่อาคารชาเลนเจอร์ อิมแพค เมืองทองธานี เป็นปีแรกโดยงานแฟร์ทั้งสอง ได้รับการตอบรับจากผู้ประกอบการและผู้เข้าร่วมชมงานเป็นอย่างดี ทั้งนี้ ได้นำศักยภาพด้านการจำหน่ายจากฝ่ายขายโฆษณาของนิตยสารมาใช้เช่นกัน

### 3. สายพัฒนาธุรกิจ

**Amarin Tour** ให้บริการทัวร์นำเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศผ่านวิทยากรมืออาชีพให้กับบุคคลทั่วไปและองค์กรต่างๆ ภายนอก โดยมีหน่วยงานขายเป็นผู้ติดต่อ และนำเสนอรูปแบบบริการ พร้อมทั้งให้คำปรึกษาอันเป็นประโยชน์ในการจัดทัวร์ต่างๆ ให้กับลูกค้า

**Amarin Training** นำเสนอบริการให้การอบรมความรู้ ฝึกทักษะ และงานฝีมือต่างๆ ให้กับบุคคลทั่วไปและหน่วยงานภายนอก โดยเป็นผู้จัดหาวิทยากร และจัดการอบรมสัมมนา พร้อมทั้งให้คำปรึกษาและคำแนะนำแก่ลูกค้าเพื่อให้คอร์สฝึกอบรมที่จัดขึ้นสามารถเพิ่มศักยภาพ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างดี

**Amarin Television** หน่วยงานโฆษณาโทรทัศน์จะทำหน้าที่เสนอขายช่วงเวลาโฆษณา ทั้งในรูปแบบของหนังสือโฆษณา สกู๊ปพิเศษในรายการ รวมไปถึงการติดต่อหาผู้สนับสนุนรายการ (Sponsor) ต่างๆ โดยจัดสรรตาราง เวลาการออกอากาศให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า รวมทั้งให้คำแนะนำปรึกษาในรูปแบบการนำเสนอสินค้าและบริการ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

**ชีวจิตโฮม** เป็นการให้บริการทางการแพทย์แก่ลูกค้าทั่วไปโดยแพทย์แผนปัจจุบัน และมีการจำหน่ายสินค้า ตลอดจนอาหารเพื่อสุขภาพแก่ผู้ที่ให้ความใส่ใจในสุขภาพ ลักษณะรายได้จึงมาจากการค่าบริการรักษา, ค่าสินค้า และค่าอาหาร

### การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทมีอัตราการใช้กำลังการผลิตในส่วนของงานพิมพ์โดยรวมเฉลี่ยประมาณ 85% - 95% ที่ผ่านมารบริษัทได้ชะลอการลงทุนสำหรับการขยายกำลังการผลิตมาตั้งแต่กลางปี 2540 ตามภาวะเศรษฐกิจ และเอาใจใส่ต่อการบริหารจัดการเพื่อควบคุมยอดการสูญเสียลงและได้เริ่มขยายการลงทุนในกลางปี 2544 เป็นต้นมาโดยเริ่มจากสายธุรกิจโรงพิมพ์ได้ลงทุนเปลี่ยนเครื่องพิมพ์ใหม่ 5 เครื่อง และในปี 2546 ได้ลงทุนซื้อเครื่องพิมพ์หลักเพิ่มอีก 2 เครื่อง และเครื่องเข้าเล่มอัตโนมัติความเร็วสูงอีก 1 ชุด ซึ่งสามารถลดขั้นตอนในการผลิตแม่พิมพ์เป็นระบบ Digital Work Flow และมีการสร้างแม่พิมพ์ด้วยระบบ Computer to plate ความเร็วสูง ต่อมาในปี 2547 และปี 2548 ได้ลงทุนซื้อเครื่องพิมพ์เพิ่ม 3 เครื่องเพื่อขยายกำลังการผลิต และลงทุนก่อสร้างขยายโรงพิมพ์เพิ่มพื้นที่รองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจ

สายการผลิตหลักที่สำคัญจะแบ่งการทำงาน 2 กะและ 3 กะ ในบางแผนก ซึ่งทำงานการผลิต ตลอด 24 ชั่วโมง ได้แก่ งานแยกสี งานทำแม่พิมพ์ งานพับ งานทำเล่ม และงานปกแข็ง ส่วนงานพิมพ์ได้ว่าจ้างผู้ผลิตเหมาช่วงเข้าเสริมในบางกรณี โดยมีการควบคุมคุณภาพงานให้ได้ตามเกณฑ์ของบริษัทโดยมีการวางแผนการผลิตล่วงหน้าให้สอดคล้องกับสายการผลิตหลัก

สายธุรกิจสำนักพิมพ์ เนื่องจากบริษัทผลิตนิตยสารและหนังสือเล่ม ซึ่งมีการแข่งขันในทางธุรกิจค่อนข้างสูง ข้อมูลอัตราค่ากำลังการผลิต หรือหน่วยการผลิต เป็นข้อมูลที่ไม่สามารถเปิดเผยได้ แต่อัตราการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอัตราค่ากำลังการผลิตขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศเป็นหลัก

### ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุดิบและผู้จัดจำหน่าย

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตของบริษัท คือ กระดาษ กระดาษส่วนใหญ่ที่ใช้เป็นกระดาษอาร์ตและกระดาษปอนด์ ซึ่งในปัจจุบันใช้กระดาษอาร์ตที่ผลิตได้ในประเทศประมาณ 85% ที่เหลือเป็นกระดาษนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น โดยผ่านตัวแทนจำหน่ายในประเทศรายใหญ่ จำนวน 12 ราย ส่วนกระดาษปอนด์ทั้ง 100% จะสั่งซื้อจากบริษัทที่ผลิตได้ในประเทศจำนวน 2 ราย การสั่งซื้อจะเป็นลักษณะสั่งเป็น LOT ตามความต้องการงานพิมพ์แต่ละงาน โดยสั่งเตรียมล่วงหน้าประมาณ 15 วันก่อนพิมพ์ เพื่อให้งานออกมาได้มาตรฐานเดียวกัน สีและเนื้อกระดาษไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้

ในช่วงเวลาที่กระดาษขึ้นราคา เช่น ระหว่างปลายปี 2537-2538 บริษัทจำเป็นต้องสั่งซื้อกระดาษประเภทหลัก ๆ ที่ใช้ในการผลิตนิตยสารและงานรับจ้างพิมพ์ไว้ล่วงหน้า 3-6 เดือน เพื่อลดความเสี่ยงอันเกิดจากการขยับตัวของราคากระดาษ

บริษัทได้กำหนดระเบียบปฏิบัติในการจัดซื้อวัตถุดิบอย่างมีหลักเกณฑ์ และโดยเฉพาะสายธุรกิจโรงพิมพ์ ได้เลือกใช้แนวทางระบบบริหารคุณภาพ ISO 9002 เป็นแนวนโยบาย และจัดทำบัญชีรายชื่อแหล่งซื้อหรือผู้ขายไว้ชัดเจน โดยมีรายชื่อผู้จำหน่ายวัตถุดิบและบริการประเภทอื่นๆ ที่คัดเลือกแล้วรวมกว่า 100 ราย ส่วนใหญ่เป็นการจัดซื้อภายในประเทศเกือบทั้งหมด วัตถุดิบหลักได้แก่ กระดาษพิมพ์ คิดเป็นมูลค่าประมาณ 60% ของต้นทุน มีสัดส่วนวัตถุดิบในประเทศต่อการนำเข้า 70:30 ส่วนวัตถุดิบอื่นๆ ได้แก่ ฟิล์ม แม่พิมพ์ หมึกพิมพ์ กาว ฯลฯ มีอัตราส่วนในประเทศต่อการนำเข้า 35:65 บัญชีรายชื่อดังกล่าวจะถูกทบทวนหรือปรับปรุงรายชื่อโดยคณะกรรมการคัดเลือกแหล่งซื้อตามสถานการณ์ และสภาวะตลาด โดยส่วนใหญ่บริษัทจะมีรายชื่อผู้จำหน่ายวัตถุดิบแต่ละรายสำรองไว้เพื่อป้องกันผลกระทบจากการสูญเสียผู้จำหน่ายหลักไป

### ขั้นตอนการผลิตและเทคโนโลยี

ขั้นตอนการผลิตในส่วนของนิตยสารและหนังสือเล่ม จะเริ่มจาก สายธุรกิจสำนักพิมพ์ ดูแลรับผิดชอบการจัดทำและเตรียมเนื้อหาของนิตยสารและหนังสือเล่มในเครือ รวมแล้วไม่ต่ำกว่าปีละ 400 เรื่อง และสายธุรกิจโรงพิมพ์ รับผิดชอบในการผลิตงานพิมพ์คุณภาพสูงทั้งจากสายงานธุรกิจสำนักพิมพ์ และงานรับจ้างพิมพ์จากลูกค้าภายนอกทั่วไป ส่วนธุรกิจจัดจำหน่าย บริษัทได้มอบให้ บริษัท อมรินทร์ บูค เซ็นเตอร์ จำกัด ดำเนินการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ทั้งหมดของบริษัท โดยแบ่งเป็นขายผ่านสายส่ง และช่องทางร้านค้าปลีก สำหรับในส่วนของสายพัฒนาธุรกิจ บริษัทมีขั้นตอนในการดำเนินการและมีมาตรฐานในระดับเดียวกับผู้ประกอบการชั้นนำในธุรกิจนั้น ๆ โดยการใช้บุคลากร และเนื้อหา (Content) ที่บริษัทมีอยู่มาใช้ในการให้บริการ

สำหรับเทคโนโลยีการผลิตของสายธุรกิจโรงพิมพ์ของบริษัทฯ เป็นเทคโนโลยีสากลที่ทันสมัยของธุรกิจสิ่งพิมพ์ คัดสรรโดยฝ่ายวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการพิมพ์ของบริษัท มุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการกระบวนการพิมพ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งช่วยให้ต้นทุนการผลิตลดต่ำลง

### ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ได้พัฒนามาอย่างต่อเนื่องโดยตลอดจนย่างเข้าปีที่ 35 ในการให้บริการงานพิมพ์คุณภาพครบวงจรเป็น การผสมผสานศาสตร์แห่งเทคโนโลยีการพิมพ์และศิลปะความงามอย่างสมบูรณ์แบบ ด้วยเทคโนโลยีที่ล้ำหน้าและความใส่ใจในทุกขั้นตอน จนเป็นโรงพิมพ์แห่งแรกของประเทศไทยที่ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ ISO 9002:2000 ซึ่งเป็น ผลให้การบริการลูกค้าเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกันบริษัทฯ ยังคำนึงถึงการรักษาภาพแวดล้อม โดยรวมของพื้นที่ทำงานและพื้นที่ใกล้เคียง โดยสร้างระบบจัดการด้านการรักษาภาพแวดล้อมในส่วนของสายธุรกิจโรงพิมพ์ไว้เป็นอย่างดีและจากกระบวนการผลิตอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ของบริษัท มีปริมาณของวัตถุดิบที่เหลือจากกระบวนการผลิตและน้ำเสีย จำแนกประเภทได้ดังต่อไปนี้

1. น้ำเสียจากกระบวนการผลิต ในอุตสาหกรรมการพิมพ์น้ำเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต มีปริมาณไม่มากนัก ประมาณ 10 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน ซึ่งจะถูกผ่านการบำบัดในบ่อบำบัดน้ำเสียซึ่งบริษัทออกแบบจัดทำขึ้นให้น้ำทิ้งลงสู่บ่อพักสาธารณะมีความใสสะอาดปราศจากสิ่งเจือปน



2. เศษวัสดุบดที่เหลือจากการผลิต เช่น เศษกระดาษ เศษฟิล์ม และแม่พิมพ์อะลูมิเนียมที่ใช้แล้ว บริษัทได้นำเศษวัสดุบดที่เหลือจากกระบวนการผลิตเหล่านี้ไปขายเพื่อผู้ซื้อนำไปส่งให้โรงงานผลิตใช้ใหม่

สำหรับมลภาวะอื่นๆ ในอันที่จะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น มลภาวะอันเกิดจากเสียงเครื่องจักร บริษัทได้ดำเนินการสร้างห้องปรับอากาศขนาดใหญ่สำหรับติดตั้งแท่นพิมพ์ซึ่งสามารถเก็บเสียงอันเกิดจากกระบวนการพิมพ์ได้เป็นอย่างดี รวมถึงการคัดสรรเคมีภัณฑ์สำหรับการผลิตที่ปลอดภัยต่อพนักงาน ผู้ใช้งานและผู้อ่าน

การควบคุมโดยหน่วยงานของรัฐ อยู่ภายใต้การดูแลและควบคุมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และหน่วยงานอนามัยเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

งานที่ยังไม่ส่งมอบ -ไม่มี-